NR 11 POZNAŃ, DNIA 3 CZERWCA 1937 ROCZNIK 18

PRZEGLĄD GRAFICZNY

Organ Związku Organizacyj Przemysłu Graficznego i Wydawniczego w Polsce z siedzibą w Warszawie

Adres redakcji i administracji: Poznań, Aleje Marcinkowskiego 13, m. 35 — P. K. O. Poznań 202 868

USTAWA O UKŁADACH ZBIOROWYCH PRACY

W nrze 31 „Dziennika Ustaw R. P." poz. 242 z dnia 14 kwietnia 1937 r. ogłoszona została ustawa „o układach zbiorowych pracy".

O ustawę tę walczyli od lat zarówno pracownicy jak i pracodawcy w Polsce. I choć niewątpliwe, że znaczna część pracodawców okaże z racji jej wejścia w życie swe niezadowolenie, pracodawcy zorganizowani, zwolennicy unormowanych warunków pracy, przyjmą ją z zadowoleniem.

Ustawy o umowach zbiorowych są na ogół instytucjami młodymi. Wprowadzone zostały przeważnie albo z końcem wielkiej wojny albo w najbliższym okresie czasów powojennych. Późniejsze ustawy, wprowadzone np. w Italii i Niemczech, sięgają zakresem swym w sprawy zmian ustroju gospodarczego i społecznego danego narodu.

W Polsce istniała ustawa o umowach zbiorowych na terenie b. dzielnicy pruskiej, gdzie wprowadzona została dnia 23 grudnia 1918 r.

Nowa ustawa polska wchodzi w życie dnia 1 czerwca br. i obejmuje teren całej Polski. W województwie śląskim, gdzie obowiązuje jeszcze dawna ustawa niemiecka, obowiązywać będzie z chwilą przyjęcia jej przez sejm śląski.

Ustawy o umowach zbiorowych mają wielkie znaczenie dla życia gospodarczego. Nie ulega wątpliwości, że bodaj większe korzyści wypływają z umów zbiorowych dla pracowników, gdyż umowy zapobiegają możliwości wyzysku pracownika w czasie dużej podaży rąk do pracy. Dla pracodawców jednakże umowy o pracę zapewniają w warsztatach spokój, usuwają indywidualne zatargi o płace i pracę a co najważniejsze, zrównują tak na odcinku plac robotniczych jak i warunków pracy szanse konkurencyjne wszystkich przedsiębiorstw danej branży, czyli zapobiec mogą walnie tzw. nielojalnej konkurencji i podrywaniu działalności warsztatów pracy, które pracują na uregulowanych zasadach pracy.

Dawna ustawa niemiecka, stosowana na ziemiach b. dzielnicy pruskiej, okazała się niestety zawodną. Nieunormowane warunki pracy i płacy innych dzielnic zmniejszały możliwość szans konkurencyjnych między b. dzielnicą pruską a tymi dzielnicami. To też było powodem wypowiedzenia ostatniej, obowiązującej np. w Wielkopolsce umowy zbiorowej.

Ustawa z dnia 14 kwietnia br. wzorowana jest w znacznej części na dawnej ustawie pruskiej. Jej najistotniejszą częścią jest art. 21, dzięki któremu umowa o pracę może uzyskać moc powszechnie obowiązującą. Artykuł ten brzmi:

„Jeżeli układ zbiorowy pracy posiada gospodarczo przeważające znaczenie w gałęzi pracy, objętej układem, na obszarze, dla którego układ ten został zawarty, Minister Opieki Społecznej może na wniosek jednego z uczestników układu, albo na wniosek zainteresowanego związku lub zrzeszenia, po uprzednim podaniu tego do wiadomości zainteresowanym, nadać mu w całości lub w części w drodze zarządzenia moc powszechnie obowiązującą na całym, objętym przez układ obszarze lub na jego części, na której układ uzyskał przeważające znaczenie".

W oczekiwaniu na powyższą ustawę podjęła Korporacja Zakładów Graficznych na woj. poznańskie wespół z organizacjami pracowników prace przygotowawcze dla ustalenia warunków nowej umowy zbiorowej. Na terenie Śląska umowa powszechnie obowiązująca została już wprowadzona. Nie chciałbym przypuszczać, by w województwach centralnych czy południowych nie przyjęto idei ustawy o umowach zbiorowych z zadowoleniem. Wprawdzie dalecy jesteśmy jeszcze od normalnej koniunktury w zawodzie naszym. Jest jednakże już poprawa. Nie wątpię więc, że tak pracodawcy jak i pracownicy województw centralnych przystąpią niebawem do podjęcia pertraktacji nad wprowadzeniem na swoim terenie umów zbiorowych. Szczególnie jednakże warto by pomyśleć nad podjęciem rozmów w sprawie ogólnokrajowej umowy zbiorowej.

J. K.

PRZEBIEG I REZULTATY XVI TARGÓW POZNAŃSKICH

W nawiązaniu do reportażu branżowego w wydaniu naszym Targowym, w którym omówiliśmy udział firm zespolonych bezpośrednio lub pośrednio z przemysłem poligraficznym, zamieszczamy dziś w streszczeniu sprawozdanie ogólne z przebiegu i rezultatów XVI Targów Poznańskich.

Przemysł poligraficzny zalicza się do dziedziny produkcyjnej, której istnienie, prosperacja i rozwój najściślej uzależnione są od ogólnej koniunktury gospodarczej. Krąg możliwych jego odbiorców, to właśnie cały świat przemysłu, handlu i rzemiosła.

Wiosenne Targi nasze, jako niezawodny sprawdzian koniunktury przemysłowej i handlowej wykazać miały, czy istotnie i w jakim stopniu nastąpiło w życiu gospodarczym odprężenie sytuacji. Miały one zaprzeczyć lub potwierdzić słuszność poglądów optymistycznych, że gospodarstwo polskie wkroczyło już zdecydowanie w erę pomyślniejszą. Rozpatrując osiągnięte rezultaty XVI Targów Poznańskich pod tym kątem widzenia, stwierdzić możemy bez przesady, że przyniosły one wyniki pozytywne, które świadczą wyraźnie o ożywieniu tętna życia gospodarczego.

Udział ponad 2000 wystawców ze wszystkich części Rzeczypospolitej, niemniej znaczniejsza ilość wystawców zagranicznych, blisko 100 milionów efektywnych obrotów targowych przy 200-tysięcznej armii zwiedzających, z dużym odsetkiem kupieckich odbiorców — to imponujące podstawowe liczby bilansu tegorocznych Targów Poznańskich. Zrozumiałe jest, że są one nie tylko wskaźnikiem doskonałej organizacji naszej największej w Polsce imprezy targowej, ale co ważniejsze, stanowią niezaprzeczalny dowód poprawy koniunktury, zezwalający przedstawicielom przemysłu poligraficznego wierzyć w stabilizację i dalszy pomyślny rozwój stanu zatrudnienia.

Dla zilustrowania pokłosia tygodnia targowego, korzystamy z pierwszej oficjalnej relacji Dyrekcji Targów Poznańskich i przytaczamy z niej momenty ważniejsze.

Tegoroczne Targi Poznańskie, jak wspomnieliśmy już powyżej, zdobyły rekord udziału wystawców, kupców i publiczności krajowej i zagranicznej. Takiego obesłania targów, jak tegorocznej imprezy, Polska nie zaznała. Budowa, wystrój stoisk i rozmieszczenie eksponatów stały na wysokim stopniu celowości i estetyki, co nadawało wybitnie harmonijny i wyrównany wygląd Targom. Przyjezdni z całego szeregu państw komentowali nad wyraz przychylnie wygląd zewnętrzny Targów oraz ich formy organizacyjne. Napływ wystawców do ostatniej chwili był tak wielki, że w poszczególnych działach, pomimo znakomitych warunków pomieszczenia, nie przyjęto na Targi razem kilkadziesiąt firm ze względu na brak miejsca.

Targi zwiedził p. wicepremier inż. E. Kwiatkowski, p. minister przemysłu i handlu Roman, p. minister komunikacji Ulrych, pp. wiceministrowie Sokołowski, Rose i Morawski oraz około 3000 najpoważniejszych jednostek kierowniczych naszego świata urzędowego i przemysłowego. Ministerstwo Przemysłu i Handlu wysłało liczne delegacje na Targi, które w bardzo szczegółowy sposób badały formę udziału poszczególnych branż, wyniki targowe i formy organizacyjne Targów.

Wystawców było w roku bieżącym około 2100, przestrzeń przez nich zajęta wyniosła 56 800 m² powierzchni, z czego 45 800 m² w halach, a reszta na terenie otwartym. Jest to o 22% więcej niż w roku ubiegłym. Frekwencja wyniosła około 27 000 osób związanych z handlem detalicznym, około 6000 przyjezdnych z zagranicy z 12 państw i blisko 200 000 zwiedzającej publiczności. Według statystyki kart uczestnictwa zanotowano przyjazdy z przeszło 400 miejscowości z całej Polski, w tym wiele osób z Wołynia, Wileńszczyzny, Podola, Tarnopolszczyzny i wojew. stanisławowskiego.

W pierwszych dwóch dniach przybyło do Poznania około 20 000 osób z poza Poznania koleją, a dalszą miarą ruchu w tym samym czasie był fakt przyjazdu do Poznania około 4 500 samochodów, które przywiozły gości targowych.

Najwygodniejszymi dla transakcji były według twierdzenia wystawców dni 4, 5 i 8 maja rano, albowiem wówczas kupiectwo mogło spokojnie rozmówić się z przemysłowcami na stoisku danej fabryki. W inne natomiast dni były zbyt wielkie tłumy ludzi, pomimo podwyższenia kosztu biletów wstępu. Niektórzy wystawcy uskarżali się z tego powodu, twierdząc, że tłumy na Targach szkodzą ich celowości. Jednoczesna obecność na Targach 40 000 osób, co zanotowano w pewnym dniu, dowiodła istotnie, iż jest to maksymalna granica pojemności obecnych terenów i hal targowych.

Przejdźmy teraz do poszczególnych najważniejszych choćby działów i przekonajmy się, jakim odznaczały się zainteresowaniem, jak i z jakim wynikiem przebyły poznański tydzień targowy.

Motoryzacją, tyle aktualnym i ważnym zagadnieniem interesują się wszystkie stany i zawody. Tegoroczny salon, obok krajowych, zgromadził na stoiskach wszystkie nieomal przodujące marki światowe. Snadź, że penetracja z szczegółową dokonywana sumiennością i dokładnością, nakazuje firmom zagranicznym zabiegać z dziwną wytrwałością i uporem o polski rynek zbytu. Pierwszy bardziej dodatni i wyraźny sukces przyniosły wiosenne Targi w Poznaniu. Stwierdzić można, że na samych Targach dokonano około 280 transakcji, zatem już po Targach zwiększył się tabor samochodów w Polsce o 300 wozów. Niektórych modeli sprzedano do 29 sztuk. Obroty motocyklami, chociaż nie stały niżej poziomu zeszłorocznego, nie były w stosunku do samochodów równie zadowalające. Natomiast z dobrym rezultatem zakończył się tydzień targowy dla przemysłu rowerowego; również fabryki wyrobów gumowych miały bardzo duże ilości zamówień i poważnych zapytań.

W działach: budowlanym, chemicznym, elektrotechnicznym, radiotechnicznym, aparatów pre-



Stoisko „Lignoza" S. A. Fabryka Papieru
na Targach Poznańskich 2—9 maja 1937 roku

Rozwiązanie „Centropapieru" wytworzyło nową sytuację na rynku papierniczym. Fabryki papieru, które do tej pory wystawiały na wspólnym stoisku Centropapieru i sprzedawały wszystko przez Centropapier, z chwilą rozwiązania kartelu zostały zdane na własne siły i we własnym zakresie muszą sprzedać całą swoją produkcję. Z zagadnieniem tym wiąże się ściśle zagadnienie właściwej reklamy. W zrozumieniu tego „Lignoza" S. A. w Katowicach oprócz stoiska z materiałami wybuchowymi i plastycznymi oddzielnie na Targach tegorocznych wystawiła swoją produkcję papierniczą.

Organizacją stoiska „Lignoza" S. A. fabryka papieru zajął się Poznański Oddział Fabrycznych Składów Papieru „Pniowiec" Sp. z o. o., gdyż „Lignoza" wszystkie swe papiery sprzedaje przez powyższą firmę.

Jak liczni zwiedzający Targi tegoroczne mogli się naocznie przekonać, stoisko „Lignoza"-papier wypadło pod każdym względem bez zarzutu. Stoisko w stylu nowoczesnym zbudowano operując bryłami. Pomalowane na spokojny zielony kolor ze złotymi napisami, nie przeładowane eksponatami, jednak obejmujące całokształt produkcji papieru „Lignozy", sprawiało poważne lecz zarazem bardzo estetyczne i ładne wrażenie. Wystawione były wszystkie papiery składane w bardzo ładnych opakowaniach z fotografią fabryki w Pniowcu, zaopatrzone w etykiety z numerem, formatem i gatunkiem papieru. — Oprócz tego papier w rolach i ryzach, a w gablotce książki i ozdobne wydawnictwa drukowane na papierach „Lignozy" dostarczonych przez „Pniowiec".

Ponieważ niemożliwością by było wystawienie wszystkich gatunków papierów na stoisku, całokształt produkcji był ujęty w kolekcji papierów wydanej w ostatnim czasie przez Oddział Poznański „Pniowca". Dostatecznym dowodem właściwego zorganizowania stoiska mogą być słowa jednego z pp. dyrektorów Targów Poznańskich, który się wyraził o stoisku „Lignoza-papier", że tak powinny wyglądać wszystkie stoiska na Targach.

Uprzejme i fachowe informowanie klientów na stoisku przez urzędników „Pniowca" zapewniło wszystkim zainteresowanym dokładne wiadomości dotyczące produkcji i sprzedaży papieru.

cyzyjnych, optyki technicznej, zabawek, dewocjonaliów i całym szeregu innych gałęzi produkcyjnych panowało duże zainteresowanie kupieckich odbiorców oraz konsumentów i dokonano poważnych i licznych transakcyj.

W dziale maszyn panowało ogromne zainteresowanie, było wiele technicznych i poważnych zapytań, jednakże definitywnych transakcyj stosunkowo mało. Przyczyny objawu tego szukać należy głównie w tym, że dopiero w październiku r. ub. zakończyła się, jak wiadomo, nasza wielka W. M. EL. (wystawa przetwórczego przemysłu metalowego, elektro- i radiotechnicznego) w Warszawie, która ściągnęła do stolicy tysiączne rzesze sfer gospodarczych po to, by tam zapoznać się z całokształtem polskiej wytwórczości metalowej i pokryć zapotrzebowanie. Mimo tego, wszyscy eksponenci w dziale maszyn i wyrobów metalowych są z osiągniętych rezultatów zadowoleni, albowiem waga gatunkowa zapytań jest taka, iż spodziewają się konkretnych transakcyj w wyniku akcji targowej. W rozmaitych drobnych wyrobach metalowych, okuciach budowlanych, meblowych itp. notowano bardziej poważne, a czasami wręcz niebywałe transakcje. W dziedzinie artykułów technicznych zanotowano taki sam stosunek klienteli oraz z tych samych przyczyn, jak w dziale maszyn.

Warto podkreślić, że w dziale maszyn i narzędzi rolniczych, dalej na nawozy sztuczne, wszelki sprzęt dla gospodarstw rolnych, panowało olbrzymie wprost zainteresowanie; osiągnięto wiele zamówień i dokonano poważnych obrotów.

Kupuje rolnik — kupuje interesent budownictwa — a to w Polsce dwa najważniejsze społeczne elementy, dwa doniosłej wagi współczynniki, regulujące ruch i tętno życia gospodarczego.

Ogólnopolskie Targi Rzemieślnicze w ramach tegorocznej naszej imprezy poznańskiej zgromadziły 352 wystawców ze wszystkich kategorii oraz branż rzemiosła. Była tu, o ile chodzi o ośrodki, reprezentowana Warszawa, Kraków, Kielce (110 wystawców), Lublin (32), Stanisławów, Lwów (23), Wilno (14), Włocławek, Katowice, Toruń, Łódź, Poznań (122 wystawców). Ankieta wśród wystawców wykazała na ogół zadowolenie, gdy najsłabiej wypadły definitywne zamówienia w meblarstwie. Targi Rzemieślnicze miały tym razem nastawienie wybitnie handlowe, to znaczy pośredniczyły w kierunku masowych dostaw na rynek wewnętrzny, jak i na eksport. Cały szereg jednakże konsumentów czy też kupców dokonywał zamówień na miejscu i w tych wypadkach transakcje dochodziły do skutku w czasie trwania Targów. Zważywszy, że z transakcyj tych osiągnięto w tygodniu targowym obroty sięgające imponującej kwoty 250 000 złotych (przy najwyższej cenie jednego eksponatu około 2000 zł, a najniższej 20 groszy), to można mówić o rzeczywistym pełnym sukcesie ogólnopolskich Targów Rzemiosła.

Wreszcie wspomnieć wypada nam jeszcze o działach bliżej nas interesujących. W dziale maszyn biurowych i wszelkiego rodzaju wyrobów p a p i e r n i c z o - g r a f i c z n y c h notowano ogromne zainteresowanie. Maszyny do pisania, maszyny do liczenia oraz inny sprzęt biurowy, nie-

GÓRY POLSKIE W GRAFICE

Wystawa, urządzona w Muzeum Wielkopolskim w Poznaniu pt. „Góry i grody polskie w grafice“ jako impreza turystyczno - propagandowa spełnić ma przede wszystkim zadania dydaktyczne w stosunku do szerokich rzesz społeczeństwa wielkopolskiego, a zwłaszcza młodzieży szkolnej. Wykonana przez Medarda Świtka, absolwenta Państwowej Szkoły Sztuk Zdobniczych w Poznaniu, mapa poglądowa, obejmująca część południową naszego kraju, dalej komplet polskich plakatów poświęconych propagandzie turystyki, kąpielisk górskich i sportu zimowego w Polsce, wreszcie broszurki, prospekty i druki, wydawnictwa Ministerstwa Komunikacji, Ligi Popierania Turystyki itp., jeszcze dobitniej podkreślają dydaktyczny i propagandowy charakter poznańskiej wystawy, zmontowanej w duchu hasła: „Uczmy się geografii“.

Wystawa w Muzeum Wielkopolskim ma jednak jeszcze cel inny niż propagandę ruchu wycieczkowego w tegorocznym sezonie letnim. Organizatorom wystawy (przygotowanej w współpracy z Oddziałem Poznańskim Polskiego Towarzystwa Tatrzańskiego) chodziło o przedstawienie ewolucji i w różnych okresach XIX stulecia odmiennego ustosunkowania się polskiej sztuki graficznej do zagadnień, jakie przysporzył artystom, malarzom i grafikom, „świat górski“, aż do pierwszych lat XIX stulecia zupełnie zamknięty dla sztuki. — Nie udało się wprawdzie na wystawie poznańskiej pokazać wszechstronność problemów sztuki graficznej ani dostarczyć kompletu „widoków górskich“. Dano tu tylko jakiś zarys lub najwyżej przekrój grafiki polskiej, poświęconej górom, góralom i życiu górskiemu, od czasów „odkrycia“ Tatr począwszy, aż do Skoczylasa i grafików naszych dni. Jednakże, materiał zebrany na wystawie, pochodzący wyłącznie tylko z poznańskich zbiorów publicznych, z gabinetu rycin Muzeum Wielkopolskiego i ze zbiorów graficznych Towarzystwa Przyjaciół Nauk w Poznaniu, przedstawia się imponująco — mimo poważnych luk.

Spośród eksponatów wymieniamy tu kilka pozycyj, wychodząc z założenia, że wiadomości o albumach i rycinach o tematach górskich mogą być pożyteczne zarówno miłośnikom gór jak zbieraczom grafiki i kierownikom gabinetów graficznych, zwłaszcza że dotąd nie zostały te albumy i ryciny zinwentaryzowane.

Najstarszy widok Tatr, panoramę Tatr i Podhala widzianą z okolicy Nowego Targu, znajdziemy w książce Stanisława Staszyca pt. „O ziemiorodztwie Karpatów i innych gór i równin Polski“, wydanej w r. 1815 w Warszawie (Drukarnia Rzą-

zbędny dla wyposażenia każdego przedsiębiorstwa wytwórczego i handlowego, nabywane były bardzo licznie i dokonano tu poważnych obrotów.

Wielkim popytem cieszyły się maszyny drukarskie, w którym to dziale jak już donosiliśmy, reprezentowane były trzy firmy doskonale na rynku znane i zaprowadzone, a mianowicie: Tadeusz Drozdowski i Ska Warszawa, Jan Idźkowski i Ska Warszawa oraz Bracia Thümecke Gdańsk-Warszawa. Wszystkie one z osiągniętych rezultatów i nawiązanych przez akcję targową bezpośrednich kontaktów handlowych, wyraziły pełne zadowolenie.

Firma Tadeusz Drozdowski i Ska Warszawa demonstrowała, jak informowaliśmy, poraz pierwszy na targach polskich maszyny do składania „Linotype" najnowszej konstrukcji. Ciekawe te eksponaty były wprost atrakcją Targów Poznańskich. Stoisko stale było oblężone przez zwiedzających. Zainteresował się nim również wicepremier p. inż. E. Kwiatkowski, który z otoczeniem swym podczas zwiedzania przez dłuższą chwilę przebywał na stoisku. Impreza uwieńczona została zupełnym powodzeniem, czego dowodem, że wystawione maszyny zostały sprzedane, a prócz tego zawarto na dostawy szereg pomyślnych transakcyj. Podkreślić wypada, że firma Tadeusz Drozdowski i Ska istnieje dopiero od przeszło roku. Pomimo tak krótkiego istnienia sprzedała w Polsce w tym czasie około 40 maszyn do składania. Świadczy to najpierw o wielkiej żywotności i racjonalnej organizacji tej placówki, a jednocześnie stanowi najlepszy i niezawodny sprawdzian poprawy sytuacji w przemyśle graficznym, który w ostatnich latach tak bardzo dokuczliwie odczuwał skutki przewlekłego kryzysu gospodarczego.

Na tym samym stoisku zaprezentowane były jak wiadomo eksponaty odlewni czcionek i fabryki drukarskich sprzętów drzewnych, popularnej firmy Jan Idźkowski i Ska, mieszczącej się w Warszawie pod tym samym adresem co firma Drozdowski i pozostającej również pod równym zarządem. Poważnych rozmiarów placówka ta wytwarza i dostarcza kompletnych urządzeń zecerni ręcznych, począwszy od czcionek, linii mosiężnych, ornamentów, pustego materiału drukarskiego, a skończywszy na wyekwipowaniu w regały, pudła do czcionek, kozły, deski do układów, stoły do mycia form itp. Nowe, oryginalne kroje czcionek i ornamentów cieszyły się ożywionym popytem. Firma Idźkowski, dzięki ogólnokrajowemu zasięgowi, posiada stałych odbiorców we wszystkich środowiskach rynku wewnętrznego.

Stoisko fabryki maszyn z oddziałem handlowym firmy Bracia Thümecke Gdańsk-Warszawa. było również miejscem żywej frekwencji miejscowych i licznych przyjezdnych przedstawicieli przemysłu graficznego. I tu popyt, poważniejsze zapytania techniczne, definitywne na miejscu dokonane transakcje, były zamierzonym sukcesem udziału w Targach. Firma sprzedała własnego fabrykatu maszyny dociskowe ulepszonej budowy, gilotyny do cięcia papieru, wytwarzane pod znaną nazwą „Excelsior" z przyrządem do przycinania wąskich pasków, oraz z posiadanej reprezentacji lipskich zakładów Brehmer'a maszyny introligatorskie, jak

---

dowa), w tomie dodatkowym zawierającym inne jeszcze miedzioryty: mapy, rysunki schematyczne, wykopaliska i kości zwierzęcych, m. i. miedzioryt ręcznie kolorowany „Góral w Tatrach" (według rysunku Frey'a) oraz miedzioryt podpisany: „Orzeł wielki i Cap skalny (L'Aigle royal et le bouquetin)". Wyżej wymieniony miedzioryt z widokiem łańcucha tatrzańskich gór, dużego podłużnego formatu, zatytułowany „Tatry z strony Polski", sztychował niejaki Baltard według rysunku Zygmunta Vogla z r. 1804. (Wszystkich tych rycin nie zawiera pierwsza książka Staszyca z r. 1805, wydana pt. „O ziemiorodztwie gór dawniey Sarmacyi a później Polski . . . itd." — 8°, w drukarni Księży Piarów).

Nie tylko chronologicznie, lecz także pod kątem widzenia artystycznego stoi na czele wszystkich albumów poświęconych naszym górom dzieło Emanuela Kronbacha, wydane w r. 1820 w Wiedniu. Rzadki ten album (wraz z tekstem w języku niemieckim i francuskim, str. 62) posiada Muzeum Wielkopolskie, niestety w stanie zdekompletowanym (tylko 21 plansz). Estreicher podaje: „Kronbach Emanuel (K. K. Kreis-Commissär). Darstellungen aus dem Königreiche Galizien insbesondere der Karpathen im Sandezer Kreise. Mit 30 malerischen Ansichten, 20 Vorstellungen der Trachten.



Emanuel Kronbach: Widok Kuźnic pod Zakopanem
Litografia ręcznie kolorowana z r. 1820

Hist., statistische, topographische, und ethnographische Bemerkungen über Lage, Grenzen, Grösse, Bevölkerung, physische und politische Beschaffenheit, dann der Administration des ganzen Kreises, verfasst und herausgegeben von . . . (po niem. i po francusku), Wien 1820, fol. obl., karta 1, str. 87, z 27 illumin. widok. — 10 zł. — Także pt. „Tableaux d'une partie du royaume de Galicie, spécial. Les monts etc.". — Ręcznie kolorowane litografie tegoż albumu (43 × 22 cm) mają podpisy w języku niemieckim i francuskim i są sygno-

do szycia drutem i nićmi oraz do składania arkuszy.

W dziale galanterii introligatorskiej, drobnych artykułów reklamowych, dokonały firmy wystawiające dobrych obrotów. W grupie opakowań i wytworów grafiki użytkowej wiele zapytań technicznych wskazywało na wzrastające zapotrzebowanie i ożywiający się popyt.

Z powyższych momentów imponującego przebiegu i rezultatów XVI Targów Poznańskich wynika, że wystawcy wywieźli z Poznania liczne cenne zamówienia, które przyczynią się wydatnie do intensywniejszego wykorzystania możliwości produkcyjnych na wszystkich zróżnicowanych odcinkach wytwórczości rodzimej.

Nie ulega wątpliwości, że powyżej naszkicowane objawy pomyślnego nawrotu do koniunktury, są raczej zaczątkiem dźwigania się życia gospodarczego z głębin nędzy pokryzysowej, a który to objaw długo oczekiwany staje się nakazem chwili przygotowania programu celowego usprawnienia naszych warsztatów pracy. Tylko tym sposobem możliwym będzie sprostać w najbliższej przyszłości nowym wzmożonym zadaniom produkcyjnym oraz potrzebom i wymaganiom rynku.

P. L.

Z TECHNIKI SKŁADANIA OGŁOSZEŃ

W artykule pod tytułem: „Nie lekceważyć inserenta drobnego“, autor p. L. Porankiewicz poruszył w wydaniu targowym aktualne i ważne zagadnienie budowy ogłoszeń gazetowych, które by wzorem rysunku graficznego i wykonaniem odpowiadały nowoczesnym zasadom reklamy. Ogłoszenia gazetowe, tak w dziennikach jak czasopismach fachowych, stanowią doniosłej wagi najrozleglejszą bodaj grupę środków czynnej reklamy.

Jak wiele innych, wcale nie nowych, lecz znanych od dawna środków czynnej reklamy, również ogłoszenie gazetowe uległo pod wpływem nowych prądów, w ostatnim zwłaszcza czasie przeobrażeniom dostosowanym do dzisiejszej psychiki odbiorcy i konsumenta. Nie można odmówić do pewnego stopnia słuszności twierdzeniu autora, że nowoczesna wiedza i sztuka reklamy, opanowana i pielęgnowana przez nowych fachowców-specjalistów, nie dotarła jeszcze ze wszystkim do właściwego źródła produkcji, jakim jest wydawnictwo, a przede wszystkim warsztat drukarski. I dlatego w zasadniczych formach spotykamy tę różnicę między ogłoszeniami dużych firm, a ogłoszeniami rozmiarów mniejszych, pochodzących od inserentów drobnych. Gdy pierwsze w wykonaniu swym są raczej reprodukcją doręczonych wzorów gotowych, drugie są po części indywidualnymi, w tempie przyspieszonym i na zasadach form przestarzałych wykonanymi tworami składaczy ogłoszeń.

Nie zgłębiając pro i contra, pragnę jedynie wywody autora uzupełnić szeregiem uwag z zakresu

---

wane: „Nach der Natur gezeichnet — und lithographirt v. Kronbach (wzgl. Dessiné d'après nature — et litographié par Kronbach).

Górami naszymi interesowali się najpierw przyrodnicy i geologowie, później dopiero poeci i malarze, i wiadomo również, że niewiele wcześniej od Tatr „odkryto“ Alpy, dopiero pod sam koniec XVIII stulecia, przez przyrodnika Schleuchzera, poetę Hallera von Hallerstein (poemat „Die Alpen“), francuza Saussure, pierwszego zdobywcę Montblanc i innych. Na pytanie, dlaczego nie posiadamy aż do tych czasów żadnych widoków gór, możemy krótko odpowiadać, że tematom tym nie sprzyjały prądy estetyczne opanowujące twórczość artystyczną w dobie rokoka i klasycyzmu. Musiało wpierw nastąpić przełamanie się tych to pojęć artystycznych występujących w parze z błędnie interpretowanym pojęciem „natury“, oraz wszelkich dodatkowych przesądów o grozie gór. Nowy naturalizm, zrodzony z krwi rewolucji francuskiej i wzmagający się ruch naukowy, przede wszystkim w dziedzinie nauk przyrodniczych, geografii, geologii, podniecony chęcią zdobycia nowych terenów wiedzy, doprowadził pod światłą egidą ludzi jak Goethe i Humboldt do zasadniczej zmiany w ustosunkowaniu się człowieka do gór. W miarę postępu w badaniach formacji górskich, ich pokładów geologicznych, ich flory i fauny, rosło nie tylko zainteresowanie naukowe, lecz także tempo przewartościowania dawnych pojęć estetycznych i wyobrażeń o górach. W okresie romantyzmu góry przestały być synonimem „chaosu, nieładu i brzydoty“. Zaczęło się dzieło odkrywania piękna górskiego“, proces, który zaczął się na początku zeszłego stulecia (w Tatrach: Słowacki, Schouppé, Gerson itd.), lecz dopiero za naszych dni wszedł w stadium największego napięcia i dla naszego pokolenia długi jeszcze czas będzie posiadał znamiona radości i twórczej świeżości.

Piękny, barwny album Kronbacha, ciekawy jako dokument epoki romantycznej, jako rezultat długoletnich badań i studiów artysty-dyletanta, nie posiada do dnia dzisiejszego nic sobie równego, mimo Walerego Eliasza Radzikowskiego i Skoczylasa.

Z r. 1838 pochodzi album pt. „Galicja w obrazach“, wydany u Piotra Pillera we Lwowie w ośmiu zeszytach (razem 32 litografie). Widoki te litografował wzgl. rysował Auer, niektóre z nich Engert, Antoni Lange, Nigroni i A. Gorczyński. Nie od rzeczy będzie tu wspomnieć, że o pojawieniu się tego albumu poinformowała Gazeta W. Księstwa Poznańskiego swych czytelników (r. 1838, nr 43, 47, 82 i 186), podając tytuły poszczególnych rycin.

Dr Alfred Brosig

(Dokończenie nastąpi)

techniki składania ogłoszeń, zachęcając zarazem innych kolegów do zabrania głosu na łamach naszego czasopisma fachowego i do wypowiedzenia swych spostrzeżeń i zapatrywań.

Mało mamy drukarń szczególnie na prowincji, w których nie ukazywałaby się lokalna czy powiatowa gazeta lub jakie czasopismo z działem ogłoszeniowym. Jedną tedy z pierwszych robót samodzielnych, jaką oddajemy do załatwienia uczniowi, jest układ ogłoszenia. Niedociągnięcia spotykane na odcinku budowy ogłoszeń oraz wyglądu całych form ogłoszeniowych, spycha się przeto na karb konieczności i obowiązku udostępnienia uczniowi robót samodzielnych, a do tego najodpowiedniejszym jest dział ogłoszeniowy. Zgoda — lecz nie będzie nikt przeczył, że uczeń znajduje się u nas na praktyce, że do pracy samodzielnej trzeba go zaprawiać wzorem i przykładem, że mamy wśród pomocników drukarskich niestety bardzo znaczny odsetek fachowców - konserwatystów, którzy na wszelkie „nowatorstwa“ patrzą z wyrazem niechęci i nie odstępują od przekonania, że to, czego się oni kiedyś nauczyli i było dobre, gustowne i piękne, nie może teraz być nieodpowiednie, a co gorsza złe. I w tym, obok szeregu innych współczynników szukać należy przyczyny, hamującej dostęp nowoczesnych prądów technicznych do naszych średnich i mniejszych warsztatów drukarskich.

Stanu takiego na dłuższy jednak dystans utrzymać nie zdołamy, więc i nasi konserwatyści ogłoszeniowi będą musieli wreszcie zrozumieć, że zmieniły się gust, życzenia i wymagania inserentów, a także niemniej konsumentów. Nie zdołają oni zresztą powstrzymać stale naprzód postępującego prądu i winni zrozumieć, że w nowoczesnych formach i zasadach, skoro je poznają, znajdą niewyczerpane i szerokie pole do popisu dla swych pomysłowych kombinacji i kompozycji w układach ogłoszeniowych. Jak należy z punktu widzenia zasad technicznych odnosić się do poszczególnych ważniejszych grup ogłoszeniowych, pomówimy nieco obszerniej.

O g ł o s z e n i a g a z e t o w e. Od dzisiejszego czytelnika gazety nie można wymagać odgadywania dążeń i zamierzeń inserenta. Treść ogłoszenia przy udatnej kompozycji układu winien czytelnik opanować rzutem oka. Ogłoszenie musi odbiegać od przeciętnego szablonu, musi ono być tak zredagowane i skomponowane w układzie, by jak magnes przykuwało wzrok czytelnika i zaciekawiło go. Czytelnik bez zmudy czasu i hamowania go w tempie „przeglądania“ gazety chce się dowiedzieć z ogłoszenia: kto, co, gdzie poleca i jaką ma wartość, dalej co, gdzie, kiedy się odbywa, wreszcie na czym polega korzyść i pożytek z zakupu towaru i kto go wytwarza? Ogłoszenie, zależnie od grupy, rodzaju i branży, na krótkie te pytania dać musi równie krótką, zdecydowaną i jasną odpowiedź.

Pomijając całostronicowe ogłoszenia, wszystkie inne bądź to ½, ¼, 1/8 strony zajmują tylko pewną część powierzchni ogólnego obrazka kolumny. Od-

powiednio do tego należy je też ująć w układzie przy szczególniejszym wszakże uwzględnieniu typograficznych zasad oddziaływania płaszczyzn, podobnie, jak przestrzegamy tego w każdej jakościowej pracy akcydensowej z zakresu grafiki użytkowej. Oddziaływanie płaszczyzn osiągamy przez prawidłowy i udatny podział miejsca, to znaczy nie tylko na poszczególne grupy układu, lecz przede wszystkim na płaszczyzny zadrukowane i białe, czyli świetlne. Nie uzyskamy natomiast dobrego oddziaływania płaszczyzn, skoro do układu zastosujemy tak bardzo dawniej ulubione wszystkie stopnie pisma. Przeciwnie, im mniej różnych stopni pisma w jednym układzie, tym lepiej, gdyż jedynie przez to właśnie nadajemy całości ogłoszenia oryginalnych nowoczesnych cech i efektów, którymi ma przemawiać i wyróżniać się. Nadmienić wypada, że przez nierozważne podkreślanie liniami poszczególnych wierszy czy wyrazów zachodzi obawa rozdarcia spoistości dobrze rozmieszczonego i podzielonego na płaszczyzny ogłoszenia. Spamiętać winniśmy to, że zbyt częste podkreślanie liniami naraża układ na utratę cech nadających mu wygląd harmonijny i spokojny.

Składacz ogłoszeń wniknąć winien starannie i gruntownie w treść ogłoszenia, gdyż należyty podział tekstu staje się nieodłączną częścią składową grupy układu i decyduje o jej formie i wyglądzie. Wadliwe zastosowanie i ujęcie wiersza głównego zepsuć może wygląd całości układu i zresztą gustownie złożonego ogłoszenia. Doboru i zastosowania wiersza głównego nie można nigdy potraktować bezmyślnie, nawet w największym pośpiechu. Nierozważne i bezsensowne użycie wersalików jest również często powtarzającym się grzechem składaczy ogłoszeń. Należy wyczuć, gdzie wiersz majuskułami złożony zdoleń jest podnieść efekt obrazka układu, jak zważać trzeba i na to, czy wersaliki nie utrudniają czytania, bo tego trzeba już w ogłoszeniach koniecznie unikać. Łatwa czytelność poszczególnych grup ogłoszenia, to bodaj najgłówniejszy i najważniejszy warunek.

Składacz ogłoszeń nie jest krępowany w ugrupowaniu układu, to też od jego pomysłowości

i twórczości zależny jest ogólny wynik i rezultat; zatem na barkach jego spoczywa duża odpowiedzialność. Zastosowanie w ogłoszaniu kliszy, począwszy od małego znaku towarowego lub fabrycznego, do trawionki kreskowej czy autotypii nakłada na składacza nowe obowiązki i tu swoboda jego ruchów w układzie staje się bardziej już skrępowana. Klisze, zwłaszcza siatkowe, wymagają należytego doboru pisma i składacz zważać winien, czy odpowiednią jest antykwa i jakiego kroju, czy też korzystniej oddziaływać będzie kursywa, a nawet w niejednych wypadkach pisanka. Wszystko to zależne jest od treści ogłoszenia i możliwości podziału, jak niemniej od rodzaju kliszy. Klisza artystyczna i pomysłowo ujęta w rysunku zatraci swój efekt, skoro do układu nie będzie użyty odpowiedni gatunek i rodzaj pisma z równie udatnym podziałem i ugrupowaniem.

Ileż to pięknych cech żywotności wnieść może dobry fachowiec do ogłoszeń przez pomysłowe zastosowanie materiału drukarskiego jak wykrzykniki, pytajniki, linie, znaki geometryczne, części specjalnych nowoczesnych obwódek dla tych celów. Na tym odcinku istnieją nieprzebrane wprost możliwości kompozycyjne, przy czym nie zawsze powstać musi z takich kombinacji ciężki „wabik wzroku“, lecz do treści ogłoszenia dostosowana winieta itp.

Przy składaniu ogłoszeń wziąć wszakże trzeba pod rozwagę tempo pracy, wtłoczone w ciasne granice. Składacz ogłoszeń gazetowych nie ma absolutnie łatwiejszego zadania niż akcydensista, któremu zawsze jeszcze pozostaje tyle czasu, że przed podjęciem nowej pracy rzucić może na papier pobieżny szkic ołówkowy, podczas gdy składacz ogłoszeń gazetowych z tego użytecznego środka pomocniczego nieomal nigdy korzystać nie może.

Tempo pracy w dziennikach i wydawnictwach gazet, gdzie zwyczajowo w ostatnim jeszcze momencie wpadają ogłoszenia „pilne“ i „bardzo pilne“ nie może być przeszkodą, by do naszych działów ogłoszeniowych nie można było wnieść nowoczesnych form, byśmy nie mogli wreszcie zerwać z konserwatywnymi i przestarzałymi metodami budowy ogłoszeń. Trzeba nam tylko zainteresować się bliżej dokonującymi się na tym odcinku przejawami, a przekonamy się, że nowe metody wnoszą usprawnienie i zwiększają przy pewnej systematyczności wydajność pracy.

W następnym numerze pomówimy krótko o ogłoszeniach w czasopismach fachowych, inseratach książkowych, drobnych ogłoszeniach, o seryjnych i kolektywnych ogłoszeniach itp.

Metrampaż.

OD REDAKCJI

Zwracamy uwagę na dołączony do niniejszego numeru prospekt firmy „Maszyny Graficzne” wł. M. Pyttlik, Katowice — jeneralnego przedstawicielstwa fabryki maszyn drukarskich Frankental Albert & Cie.

PRAWO I SĄD

PREMIE, GRATYFIKACJE, DODATKI ZA NADGODZINY A UBEZPIECZENIA SPOŁECZNE

„Tylko te dodatkowe świadczenia pieniężne podlegają zaliczeniu do zarobku ubezpieczonych, które są wypłacane stale w pewnych powtarzających się okresach czasu, trwale wpływając na wysokość wynagrodzenia“.

(Wyrok N. T. A. w sprawach L. Rej. 566/35. 5668/33 i 7767/33 pod datą 2 X 1936)

Jeśli więc pracodawca wypłaci pracownikowi gratyfikację przygodnie i okazyjnie, nie będąc do tego umową o pracę zobligowany, albo jeśli wypłaci mu odszkodowanie za nadgodziny, jakie pracownik wyjątkowo musiał przepracować, wówczas odnośnych kwot nie wlicza się do wymiaru składek socjalnych. Natomiast jeśli pracodawca zobowiązał się w kontrakcie do wypłacania pracownikowi 13-tej pensji po 1-rocznej pracy, wówczas ową 13-tą pensję należy wliczyć do podstawy wymiaru składki.

Wydawca: Korporacja Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Województwo Poznańskie z siedzibą w Poznaniu, Aleje Marcinkowskiego 13, m. 35.

Redaktor: Henryk Orchowski w Poznaniu.

Adres Redakcji i Admin.: Poznań. Al. Marcinkowskiego 13, m. 35. — P. K. O. Poznań 202 868.

Przedpłata kwartalna 6,00 zł już z przesyłką.

Ceny ogłoszeń: 1/1 strona 100 zł, 1/2 str. 50 zł, 1/4 str. 25 zł. 1/8 str. 12,50 zł, 1/16 str. 6,25 zł, 1/32 str. 3,25 zł. —

Przedruk dozwolony tylko za zgodą Redakcji.

Odbito w Rolniczej Drukarni i Księgarni Nakładowej, Spółka z ogr. odp. w Poznaniu, ulica Sew. Mielżyńskiego 24